

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMEN  
DALAM BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL TAWANGMANGU  
KOTA MALANG**

**(Studi Kasus di Pasar Tawangmangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota  
Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Pada Jurusan Agribisnis**



**Oleh:**

**MADHA RIFAL FALLAKHI  
201410210311035**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2018**


**NASKAH PUBLIKASI**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMEN**  
**DALAM BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL TAWANGMANGU**  
**KOTA MALANG**  
(Studi Kasus di Pasar Tawangmangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang)

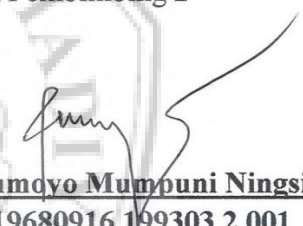
Disiapkan dan disusun oleh :  
**Madha Rifal Fallakhi**  
**201410210311035**

Telah disetujui dan memenuhi persyaratan untuk dipublikasikan ilmiah

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

  
**Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si**  
NIP. 19660716 199003 1 002

  
**Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P**  
NIP. 19680916 199303 2 001

Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian-Peternakan  
Universitas Muhammadiyah Malang

Malang, 10 Desember 2018



Wakil Dekan I

**Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si.**  
NIP: 19640514 199003 1 002



Ketua Program Studi Agribisnis

**Dr. Istis Baroh, MP**  
NIP : 105 8802 0061

## HALAMAN PENGESAHAN

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL TAWANGMANGU KOTA MALANG

Oleh :

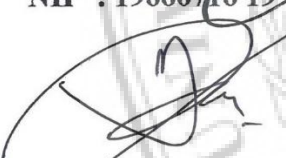
**MADHA RIFAL FALLAKHI**  
**201410210311035**

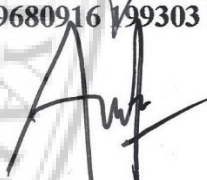
Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan  
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang  
Nomor : E.6.1/1625.a/FPP-UMM/XI/2018 dan Rekomendasi Komisi Skripsi  
Fakultas Pertanian Peternakan UMM pada 6 November 2018  
dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada Jumat, 26 Oktober 2018

Dewan Penguji

  
**Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si**  
**NIP : 19660716 199003 1 002**

  
**Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P**  
**NIP : 19680916 199303 2 001**



  
**Dr. Ir. Bambang Yudi Ariadi, M.M.**  
**NIP : 105 8909 0106**

  
**Ary Bakhtiar, SP. M.Si.**  
**NIP : 170801011992**

Malang, 10 Desember 2018

Mengesahkan :

  
Dekan  
Fakultas Pertanian Peternakan  
  
**Dr. Ir. David Hermawan, MP. IPM.**  
**NIP : 19640526 199003 1 003**

  
Ketua Program Studi Agribisnis  
  
**Dr. Ir. Eris Baroh, MP.**  
**NIP : 105 8802 0061**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

**Nama : MADHA RIFAL FALLAKHI**

**NIM : 201410210311035**

**Jurusan : Agribisnis**

**Fakultas : Pertanian Peternakan**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Tawangmangu Kota Malang*" adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini dan telah ditulis sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, 26 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan,



**Madha Rifal Fallakhi**  
**201410210311035**

## BIODATA PENULIS



Madha Rifal Fallakhi, dilahirkan di Kabupaten Pasuruan tepatnya di Kecamatan Bangil pada hari kamis tanggal 14 Juli 1994. Anak Kedua dari dua bersaudara pasangan dari Sektiyar Riyadi dan Umi Khanifah. Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD NU Bangil di Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan pada tahun 2006. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 1 Bangil dan tamat pada tahun 2009 kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Bangil pada tahun 2009 dan selesai pada tahun 2012. Selanjutnya pada tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang dan diterima sebagai Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Peternakan.



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji bagi Allah SWT. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan hidup bagi penulis, atas berkat rahmat dan karunia-NYA penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Tawangmangu Kota Malang”. Tugas akhir ini ditujukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar S1 di Universitas Muhammadiyah Malang.

Terselesaikannya tugas akhir skripsi ini berkat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan yang baik ini dengan rasa hormat, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. David Hermawan, MP, IPM selaku Dekan Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Ir. Istis Baroh, MP selaku ketua Program Studi Agribisnis yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si sebagai pembimbing pertama yang telah membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P sebagai pembimbing kedua yang telah membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

5. Ayahanda Sektiyar Riyadi dan Ibunda Umi Khanifah serta SaudarIku Firdausi Nuzula yang aku cintai yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan secara material dan spiritual.
6. Sahabat-sahabat Agribisnis kelas A 2014 yang selalu memberikan semangat, doa, serta motivasi kepada penulis.
7. Semua pihak yang turut berperan dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari banyak kekurangan dari tugas akhir skripsi sederhana ini yang masih sangat jauh dari kata sempurna oleh karena itu dengan lapang dada penulis menerima kritik dan saran dari pembaca. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini. Semoga tugas akhir ini nantinya dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan penyusun pada khususnya sebagaimana yang diharapkan.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Malang, 26 Oktober 2018

Penulis

## ABSTRAKSI

**Madha Rifal Fallakhi. 201410210311035. "Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Tawangmangu Kota Malang. Pembimbing Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si. dan Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P.**

---

Perkembangan pasar modern memberikan alternatif yang lebih banyak bagi konsumen untuk memilih tempat berbelanja dan disisi lain keberadaan pasar tradisional mulai terancam karena adanya pasar modern. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen di Pasar Tradisional Tawangmangu Kota Malang. (2) Menganalisis pengaruh variabel (harga produk, sistem tawar menawar, lokasi pasar, kualitas pelayanan, kenyamanan dan keamanan, keberagaman produk, kualitas produk dan promosi) terhadap motivasi konsumen dalam berbelanja di Pasar Tradisional Tawangmangu Kota Malang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, pengambilan sampling dilakukan dengan metode *Nonprobability Sampling* dengan Teknik *Accidental Sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan metode analisis statistik regresi linier berganda. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *Purposive Sampling*. Hasil penelitian dari tujuan (1) Karakteristik berdasarkan jenis kelamin 95% berjenis kelamin perempuan 5% berjenis kelamin pria. Berdasarkan Usia yakni, 3% berusia < 20, 24% berusia 21-29 tahun, 46% berusia 30-39 tahun 20% berusia 40-49 tahun, 7% berusia 50-59 tahun. Berdasarkan Jenis Pekerjaan 18% Pelajar/Mahasiswa, 6% Wiraswasta, 13% Pegawai Swasta, 4% Pegawai Negeri, 59% Ibu Rumah Tangga (2) Variabel Harga Produk, Sistem Tawar Menawar, Lokasi Pasar, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan dan Keamanan, Keberagaman Produk, Kualitas Produk dan Promosi memberikan pengaruh *simultan* sebesar 74,67% terhadap Motivasi Berbelanja (Y). Sedangkan sisanya sebesar 25,33% dipengaruhi oleh faktor lain dan diketahui bahwa variabel harga produk, sistem tawar menawar, lokasi pasar, keberagaman produk, kualitas produk bernilai signifikan terhadap motivasi berbelanja di Pasar Tawangmangu Kota Malang, untuk variabel kualitas pelayanan, kenyamanan dan keamanan, promosi tidak berperan signifikan.

**Kata Kunci:** Motivasi, Perilaku Konsumen, Pasar Tradisional. Pasar Modern

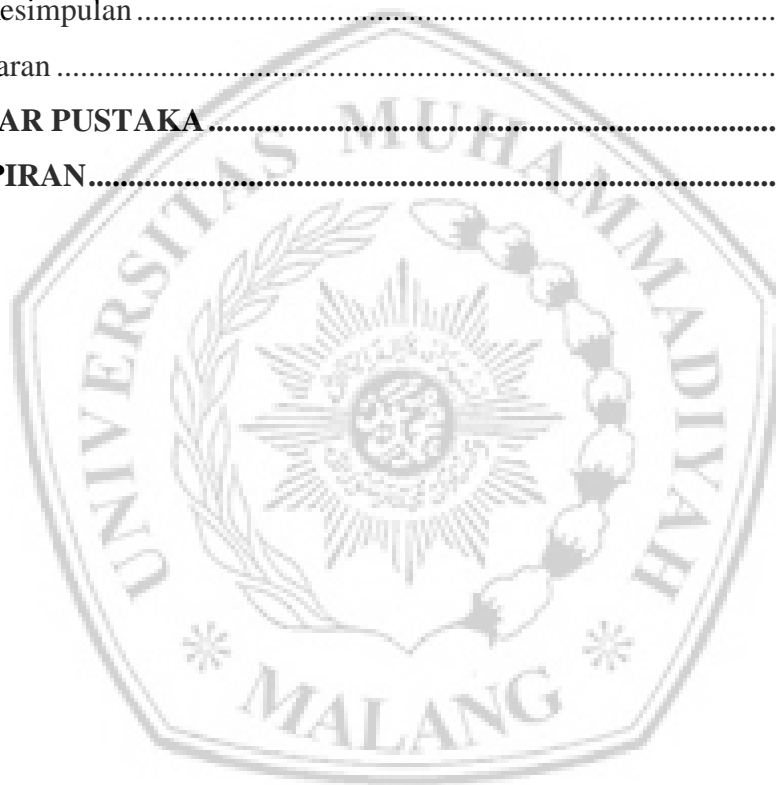


## DAFTAR ISI

Isi	Halaman
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	4
1.4 Batasan Istilah dan Pengukuran.....	5
1.4.1 Batasan Istilah.....	5
1.4.2 Pengukuran Variabel.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Pustaka.....	10
2.2.1 Teori Motivasi .....	10
2.3 Pengertian Pemasaran.....	12
2.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2.5 Harga.....	15
2.6 Sistem Tawar Menawar .....	16
2.7 Lokasi .....	16

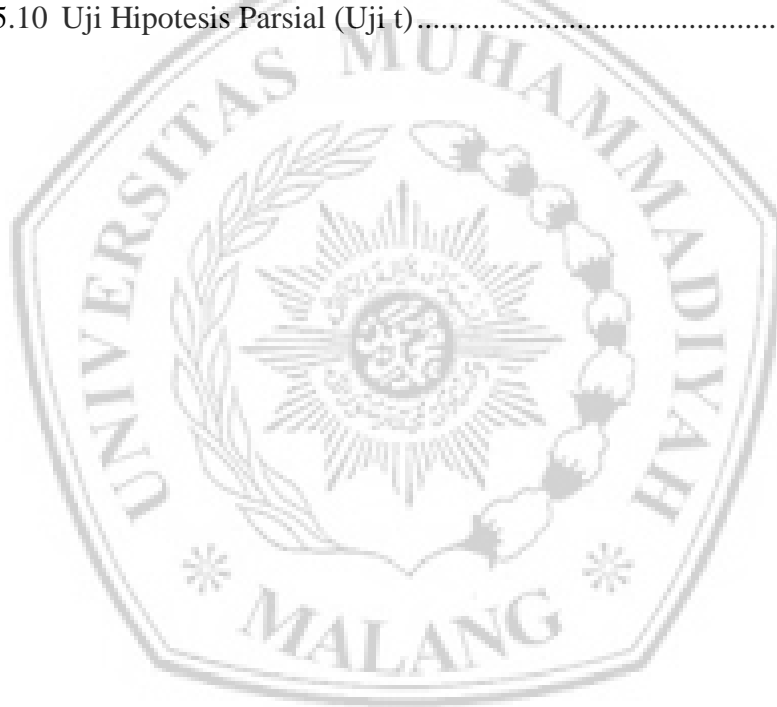
2.8 Pelayanan .....	17
2.9 Kenyamanan dan Keamanan .....	18
2.10 Keberagaman Produk.....	19
2.11 Kualitas Produk .....	20
2.12 Promosi .....	21
2.13 Kerangka Pemikiran .....	22
2.14 Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian .....	24
3.2 Teknik Penentuan Populasi.....	24
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	26
3.3.1 Jenis Data .....	26
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3.3 Teknik Pengukuran Data.....	27
3.4 Metode Analisis Data .....	28
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	28
3.4.2 Metode Succesive Interval (MSI) .....	29
3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	29
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Demografi Kota Malang .....	32
4.2 Pasar Tawangmangu .....	32
4.3 Sumber Daya Manusia dan Sumber Daya Teknologi.....	33
4.4. Kualisifikasi Pasar di Kota Malang.....	34
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
5.1 Deskripsi Responden .....	37
5.1.1 Distribusi Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	37
5.1.2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	38
5.1.3. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	39
5.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	40
5.2.1 Uji Validitas .....	40
5.2.2 Uji Reliabilitas .....	41
5.3 Uji Asumsi Klasik.....	42

5.3.1 Uji Normalitas.....	43
5.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	43
5.3.3 Uji Multikolinieritas.....	44
5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
5.4.1 Analisis Koefisien Determinasi .....	46
5.4.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F).....	47
5.4.3 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t) .....	48
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
6.1 Kesimpulan .....	56
6.2 Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 5.1	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	37
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	39
Tabel 5.5	Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	40
Tabel 5.6	Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 5.7	Hasil Pengujian <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	43
Tabel 5.8	Asumsi Multikolinieritas.....	45
Tabel 5.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 5.10	Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	49



## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan</b>	<b><i>Teks</i></b>	<b>Halaman</b>
Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran.....	22



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 4.1	Denah Lokasi Pasar Tradisional Tawangmangu .....	33
Gambar 5.1	Uji <i>Heteroskedastisitas</i> dengan <i>Scatterplot</i> .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2	Tabulasi Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 3	Output <i>SPSS</i> .....	65
Lampiran 4	Foto Penelitian.....	76





## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham H. Maslow. 1994. *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. PT PBP, Jakarta
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Bannazirli, G. 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Belanja Pasar Modern*. Skripsi Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN. Surabaya
- Djarwanto dan Subagyo, Pangestu. 2000. *Statistik Induktif*. Edisi 4. BPPE. Yogyakarta
- Engel. James F., Roger D. Blackwell, Paul .W Miniad.1995. *Perilaku Konsumen, edisi ke 6 jilid kedua*. Binarupa Aksara. Jakarta
- Ibrahim, J. 1996. *Buku Diktat Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*. . Universitas Muhammadiyah Malang
- Kotler, 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT Midas Surya Grafindo. Jakarta
- Kolter, Philip dan Gery Amstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kuncara, R. 2003. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja Di Pasar Umum Pasiran*. Skripsi Program Sarjana Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang
- Kusnariyanto. 2001. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk Toserba Warna-Warni Sidoarjo*. Skripsi Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN. Surabaya
- Maulana, F. 2005. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional Progo*. Skripsi Program Sarjana Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
- Mulyani, Y. 2001. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Berbelanja di Mini Market Sardo Malang*. Skripsi Program Sarjana Manajemen , Fakultas Ekonomi, UIN Malang
- Smith, S. 2003 *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta